



medialiitto

Lausunto
13.8.2021

Lausuntopyyntö TRAFICOM/295680/04.04.05.03/2021
kirjaamo@traficom.fi

Evästeiden käyttöä koskeva ohjeistus palveluntarjoajille

Medialiitto kiittää Liikenne- ja viestintävirasto Traficomia suositusluonnosta koskevasta lausuntopyynnöstä ja esittää, että valmiissa suosituksessa otetaan huomioon erityisesti seuraavaa:

1. Keskeinen osa digitaalisten journalististen palveluiden ja muiden median sisältöpalveluiden lisäarvoa perustuu siihen, että tarjonta personoidaan, käyttäjän mieltymykset otetaan huomioon ja ne pidetään tallessa osana tälle tarjottavaa palvelua. Käyttäessään sisältöpalvelua asiakas myös odottaa sen ottavan asiakkaan tarpeet, kiinnostuksen kohteet ja mieltymykset huomioon ja muistavan ne käyttökerrasta toiseen. Media-alla käyttökelpoisen sähköisen palvelun tarjoaminen edellyttää personointievästeiden käyttöä.
2. Sähköistä mediaa käytetään tyypillisesti lukuisia kertoja samankin päivän aikana eri laitteilla, eikä asiakkaan pyytämää palvelua voida toteuttaa myöskään ilman autentikointievästeitä. Autentikointi on personoinnin tavoin osa hyvää käyttökokemusta.
3. Evästeiden mahdollistama sujuva käyttökokemus edistää lukijan oikeutta ottaa vastaan tietoa. Vaikka esimerkiksi personoinnissa kyse on pidempiaikaisista evästeistä, jotka on mainittu esimerkkinä suositusluonnoksen luvun 3.2 listassa, ne ovat median sisältöpalveluissa lain tarkoittamia välttämättömiä evästeitä.
4. Suositusluonnoksen 1 luvussa todetaan selkeästi, että ohjeistuksen tarkoituksena ei ole velvoittaa tiettyjen tekniikoiden käyttöön, ja siinä korostetaan asianmukaisesti käyttötarkoituksen ratkaisevaa merkitystä evästeen välttämättömyyden tai suostumuksenvaraisuuden arvioinnissa. On kuitenkin riski, että lukujen 3.2 ja 3.3 esimerkkilistojen teknisiä kuvauksia käytännössä luetaan kategorisina sääntöinä, toisin kuin suosituksessa on tarkoitettu. Luonnoksen luku 3.2 on otsikoitu "Esimerkkejä evästeistä, jotka edellyttävät käyttäjän suostumusta", ja vasta luvun kolmannesta alakohdasta selviää, että näihin kuitenkin sisältyy käyttötarkoituserusteista harkintaa ("Tällaisia evästeitä

ei kovin helposti voida katsoa...”) ja että kyseessä on tarkkaan ottaen esimerkkilistä evästeistä, jotka käyttötarkoituksesta riippuen *saattavat* edellyttää käyttäjän suostumusta. Lukujen otsikointia on syytä tarkentaa ja esimerkkien kuvauksia täydentää siten, että kunkin teknisen muodon käyttötarkoitukseen perustuva arviointi käy esimerkeistä selvemmin ilmi.

5. Suosituksen tulisi ehdottomasti olla yhteensopiva ennen muuta IAB European Transparency and Consent Frameworkin kanssa, jolla on vakiintunut asema evästeiden käytön kansainvälisenä standardina. Koska verkkomainonnan markkinat ovat kansainväliset ja kotimainen media-ala kilpailee mainostuotoista yhä enemmän globaalien alustojen kanssa, kansallisia tiukempia linjauksia tulisi välttää. Maakohittaiset poikkeukset evästenormeihin voivat helposti merkittäväällä tavalla heikentää kotimaisten toimijoiden kilpailuasemaa ja siten entisestäänkin parantaa globaalien alustojen jo nyt kohtuutonta kilpailuetua digitaalisessa mainonnassa. Luonnoksen mukaisessa muodossa ja edellä kuvatulla tavalla ehdottomina teknisinä sääntöinä tulkittuna suositus kiihdyttää mainostulojen siirtymää globaaleille alustoille ja johtaa kotimaisen media-alan toimintaedellytysten heikkenemiseen menetettyjen mainostulojen vuoksi. Tämä vaikuttaa negatiivisesti mediayhtiöiden mahdollisuuksiin tarjota kansalaisille ammattimaisesti tuotettua kotimaista sisältöä.
6. Suosituksessa tulisi noudattaa luottamuksensuojan periaatetta. Luonnos poikkeaa – etenkin edellä kuvatulla tavalla kategorisesti luettuna – merkittävästi aikaisemmasta ohjeistuksesta, vaikka lainsäädäntö, jonka perusteella ohjeistus annetaan, ei ole muuttunut. Suosituksen antaminen luonnoksen mukaisessa muodossa voisi aiheuttaa evästeknologiaa hyödyntäville kotimaisille mediayrityksille merkittäviä lisäkustannuksia ja tulonmenetyksiä. On myös oletettavaa, että sisältöpalvelujen tarjoamisessa käytettävien evästeiden asema otetaan asianmukaisesti huomioon nykyisin korvaavassa sähköisen viestinnän tietosuojasetuksessa. Nyt valmisteilla olevan suosituksen perusteella tehtävät muutokset olisivat todennäköisesti vain väliaikaisia ja niistä aiheutuneet kehityskustannukset turhia.

Medialiitto ry

Jukka Holmberg
toimitusjohtaja

Mikko Hoikka
toimialajohtaja

Medialiitto on media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten edunvalvontajärjestö. Jäsenjärjestömme ovat Aikakausmedia, Graafinen Teollisuus, RadioMedia, Suomen Kustannusyhdistys ja Uutismedian liitto. Yhdessä edustamme noin 650:tä yritystä uutismedian, aikakausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen, radio- ja tv-toiminnan ja jakelun alueilla. Media-alan ja painoalan yritykset työllistävät Suomessa suoraan 22 000 henkilöä ja yritysten yhteenlaskettu liikevaihto on 3,7 miljardia euroa.